あなたの、あなたの会社の電話応対ができる人材の育成をサポートします。

ビジネス電話に強くなりたい

電話応対サービスを良くしたい

(公財)日本電信電話ユーザ協会　監修

電話応対に対しての資格検定制度「電話応対技能検定(もしもし検定)」の過去問題集 3月1日より販売開始！

もしもし検定 3級過去問題集

- 定価:1冊2,100円(税込・送料込)
  会員価格:1冊1,890円(税込・送料込)
  特別価格(指導者・実施機関):1冊1,575円(税込・送料込)
  *50冊以上100冊未満 10%割引、100冊以上 20%割引(税別・送料込)
- 内容:平成24年3月・5月・7月・9月・11月・平成25年1月の6回分の検定問題を収録。それぞれ基本問題(マークシート問題)と問題の解答と解説、並びに実技問題を掲載。

もしもし検定 2級/1級過去問題集

- 定価:1冊2,625円(税込・送料込)
  会員価格:1冊2,362円(税込・送料込)
  特別価格(指導者・実施機関):1冊2,100円(税込・送料込)
  *50冊以上100冊未満 10%割引、100冊以上 20%割引(税別・送料込)
- 内容:平成24年2月・6月・8月・12月の2級の4回分+平成24年4月・10月の1級の2回分の検定問題を収録。それぞれ基本問題(マークシート問題・記述問題・論述問題)と問題の解答と解説、並びに実技問題を掲載。

もしもし検定は、自ら考え判断して的確な電話応対ができる人材の育成を目指しています。そのため、試験問題についても、マニュアルやテキストに基づく知識や技能の理解度、習熟度をみるだけでなく、状況に合わせて判断し対応できる力、相手の立場に立って考え思いやる心を大切にしています。
試験問題は、筆記試験と実技試験の2種類で構成されています。過去問題集を通して、1人でも多くの方にもしもし検定をご理解いただければ幸いです。

●お申し込み方法、もしもし検定の詳細は、ユーザ協会ホームページをご覧ください。

http://www.jtua.or.jp/

(公財)日本電信電話ユーザ協会　検索

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会　〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-1-2 UD日比谷ビル6階
電話：03-3508-2371　FAX：03-3508-2372　0120-20-6660

テレコム・フォーラム 2013 3
Telecom Forum
平成25年3月1日(毎月1日発行)
〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-1-2 UD日比谷ビル6階 電話03-3508-2371
公益財団法人日本電信電話ユーザ協会

平成25年3月1日(毎月1日発行)第32巻3号(通巻356号)
top management magazine Telecom Forum
テレコム・フォーラム 2013 3
公益財団法人日本電信電話ユーザ協会
経営者のためのICT(情報通信技術)活用情報誌

[クラウド特集]

2 企業戦略としてのクラウド

クラウドを利用し経営の質を高める

6 セキュリティのヒント
巧妙化するサイバー攻撃
専門家の診断で現状確認を

8 ICT活用事例
地域貢献にICTを活用し
様々な取り組みを実施
地元産業・経済の活性化を図る

10 経営の矜持
株式会社滋賀銀行

12 オススメICTソリューション

13 Let's have a Communication!

14 わが社のCS(顧客満足)向上
テルウェル東日本株式会社
アメリカンホーム保険会社
株式会社ノーリツ

20 マナー向上計画

22 解決のヒント

23 ユーザ協会ニュース

クラウドを利用し経営の質を高める

クラウドコンピューティング（略してクラウド）というコンピューターの利用形態が語られ始め、数年がたちました。インターネットを介したその先に、湧き上がる雲（cloud）のように存在するコンピューターシステムを利用するという概念ですが、この言葉は今やすっかり市民権を得たようです。クラウドは、便利なコンピューターシステムを所有せずに利用できるとあって、ビジネス界で大きな注目を浴びています。あらためてクラウドとはどのようなものか、利用のポイントは何か。経営コンサルティング会社、株式会社ローランド・ベルガーのパートナーで、企業のIT戦略に詳しい大野隆司氏にお話を伺いました。

企業のシステムは所有から利用へ

クラウドという言葉が使われ始めたのは2009年頃のこと。それ以降、この言葉は爆発的に普及しました。

従来、企業のITシステムは企業毎に構築され、所有されていました。大企業であれば、外部の情報システム会社に開発を委託し、情報システムの関連会社や子会社に保守管理を任せるというケースが多く、今でもこれは主流です。中小企業の場合は、会計ソフトウエアなどのCD-ROMを購入し、パソコンにインストールして使用するというのが一般的でした。

株式会社ローランド・ベルガー
パートナー
大野 隆司氏

「従来型のコンピューターの利用形態に対し、クラウドとはベンダー（提供者）が所有するシステムをインターネット経由で“サービスとして（as a Service）”利用する形態です。クラウドの普及に伴って、システムの『所有』から『利用』という流れが、ますます強まる結果となりました」と、大野隆司氏はクラウドが経営に与えたインパクトを強調します。

では、クラウドによってどのようなインパクトがあったのか。例えば営業車について、自社所有とリース利用を比べてみると、リースの場合は車検や買い替えなどの手間がなくなるという管理面もさることながら、車を資産計上する必要もないことから財務処理の軽減化というメリットもあります。クラウドもこれと同じです。システムの保守管理や陳腐化という問題を考える必要がなく、また必要以上に資産を肥大化させることもなく、常に最新のシステムを利用できるようになるのです。

中小企業はパブリッククラウドでSaaS利用を

クラウドはその先で膨大なサーバが稼働するデータセンタにつながっています。顧客データを預かって運用するため、外部からの不正アクセスに対するセキュリティの堅牢さや耐震性の高さ、停電時のバックアップ電源の確保といった条件が高いレベルで実現されています。

クラウドは、データセンタの利用形態によって「プライベートクラウド」「パブリッククラウド」に分かれます。プライベートクラウドとは、特定のユーザのみで使用するクラウド型システム、またはデータセンタ内に構築した特定ユーザ専用サーバによるクラウド型システムのことです。対するパブリッククラウドとは、不特定多数のユーザとサーバを共有するもので、クラウドによって提供されるシステムを複数の企業で利用することになります。

プライベートクラウドは、その規模や費用を考えると大企業向けと言えるでしょう。一方パブリッククラウドは、多くのコストを掛けなくても利用できるため中小企業向きと言えます。ただしプライベートクラウドに比べれば、セキュリティや運用などの面で劣るサービスもあります。

クラウドは、提供されるITサービスの種類によっても分けることができます。SaaS（Software as a Service）、PaaS（Platform as a Service）、IaaS（Infrastructure as a Service）です。

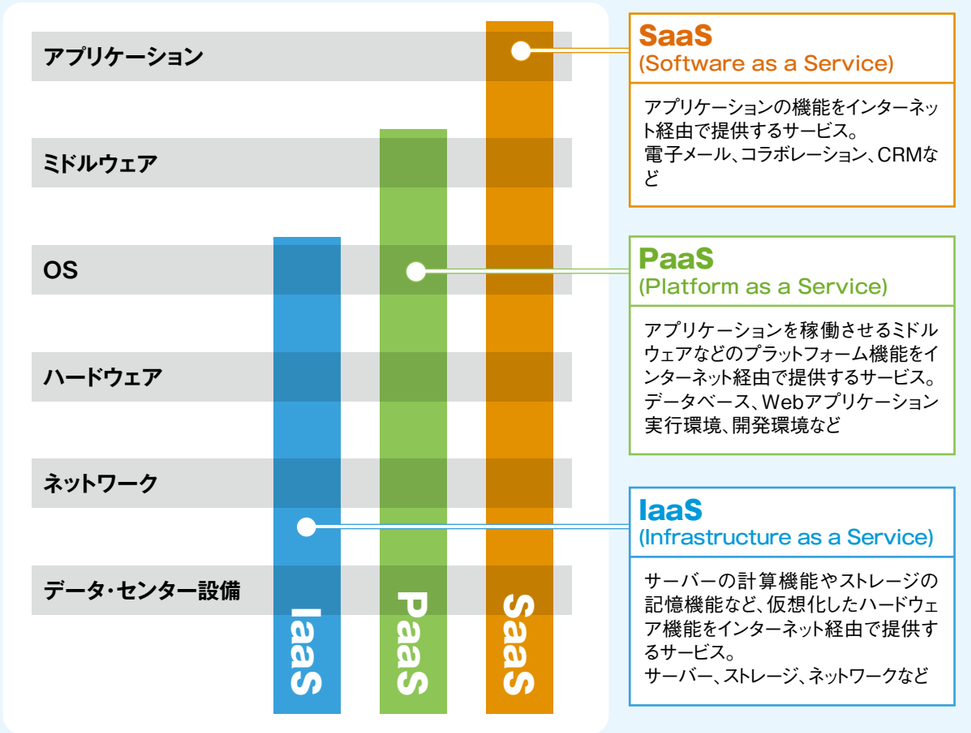
SaaSとは、アプリケーションソフトと呼ばれる業務システムが提供されるサービスです。具体的には、会計システムや営業支援システム、メール、スケジュール共用システムなどです。PaaSは、コンピューターシステム全体からこのアプリケーションソフトを除いたもので、利用者は提供された開発基盤（Platform）を使用して自社の業務システムを開発することになります。IaaSは、更にデータベースなどのミドルウエアを除いたもので、利用者はハードウエアとOS（Operating System）のみの提供を受けます。IaaSの場合はミドルウエアも自社で開発しなくてはなりません（図1参照）。

つまりPaaSやIaaSは、情報システムの要員を抱えている企業でなくては使いこなせないことが分かります。「本業がシステム開発以外で、しかも情報システム要員が少ない中小企業はSaaSを選ぶのが賢明でしょう」と大野氏は言います。

サポート系システムで利用が進むクラウド

大企業のクラウド利用について大野氏は「基幹システム（金融機関の勘定系、旅客輸送業の運行系など）では進まないだろう」と見ています。クラウドの信頼性が高まっているとはいえ、クラウドが普及する以前から使っているオンプレミス（自前）のシステムを社内から社外のサーバへ移して利用することには依然として心理的な抵抗感があるからです。一方、営業支援システ

図1 クラウドの3つの種類



出典：「一歩先のクラウド戦略」大野隆司氏著、遠藤功氏監修

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/ict/ictcase/news.html

ムや開発支援システム、会計システムなどのサポート系システムはクラウド化が進んでいくものと予想されています。

本来、企業の情報システム部門は各業務部門から出されるシステム化の要求を整理し、IT資産の重複を回避しつつ、“全社最適”となるシステム環境を実現することが主な仕事です。しかし、これが充分にできている企業はあまりないというのが現実です。その結果、同一顧客のデータが営業部には7ケタのIDで存在し、管理部には10ケタのIDで存在するといった「情報のたこつぼ化」という状態に陥ってしまうわけです。

「現在、企業の情報システム部門が、更新や拡張を繰り返してきた自社のコンピューターシステム全てに精通することは不可能です。そのため、自社システムであるにもかかわらず外部のベンダーに頼りっきりという困った状況に陥ってしまっている。クラウドは、こうした状況を改善するきっかけになるかもしれません」と大野氏は言います。つまりPaaSやIaaSを利用することでハードウエアやミドルウエアはベンダーに任せる一方で、アプリケーションソフトについては自分たちで作り込むことができるというわけです（図2参照）。ただ、ここで注意しなくてはならないのは、情報システム部門が各業務部門独自のシステム作りをしっかり統制することです。そうでないと各部門で情報が閉じてしまい、「情報のたこつぼ化」状態がますます強まることが懸念されるからです。「こうした事態を回避するためにも、知識面だけでなく、リーダーシップにおいても力のある人がIT部門のトップに就く必要があるでしょう」と大野氏は指摘します。

先進企業の経験を低リスク・安価に利用

一方、善きにつけあしきにつけトップダウンの傾向が強い中小企業の場合、業種や業態にもよりますが、コア業務をクラウド化することにも踏み切りやすいはずです。中小企業では本格的なシステムを導入しているケースはまだ少数派でしょうし、例えば計数管理などは、表計算ソフトで集計しているのが実態ではないでしょうか。そうした企業にとって、クラウドの普及は事業戦略上もチャンスだと言えるでしょう。

「10年ほど前に清水の舞台から飛び降りる覚悟でシステム化を導入した会社もあります。そうした会社は何千万円も開発費をつぎ込み、システム要員を雇用し、システム障がいとその復旧に苦労し、ようやく軌道に乗せることができたのです。クラウドは、いわばそうした先進的な企業のノウハウが詰まった情報システムをサービスとして利用するのと同じことなのです。結果論ですが、この10年間待っていて良かったと言えるのではないでしょうか」と大野氏は語ります。

営業部門なら顧客管理、製造部門なら生産管理といったコア業務を支えるシステムもクラウド化されています。在庫管理システムや会計システム、メール、グループウエアなどサポート系システムなら、既に定評のあるサービスが提供されています。「例えば在庫管理システムを利用すると、回転率などの分析数値が得られます。これまでは表計算ソフトや電卓で計算し、経営者が勘で行っていた判断が、データに基づいて下せるようになるのです。明らかに経営の質の向上につながるでしょう」。中小企業のクラウド利用の意義について、大野氏はこのように語ります。また、クラウド経由で提供されるシステムの選定に際しては、「機能や信頼性に大差なければ営業担当者の対応やサポート体制の充実度を重視すべき」と大野氏は語ります。

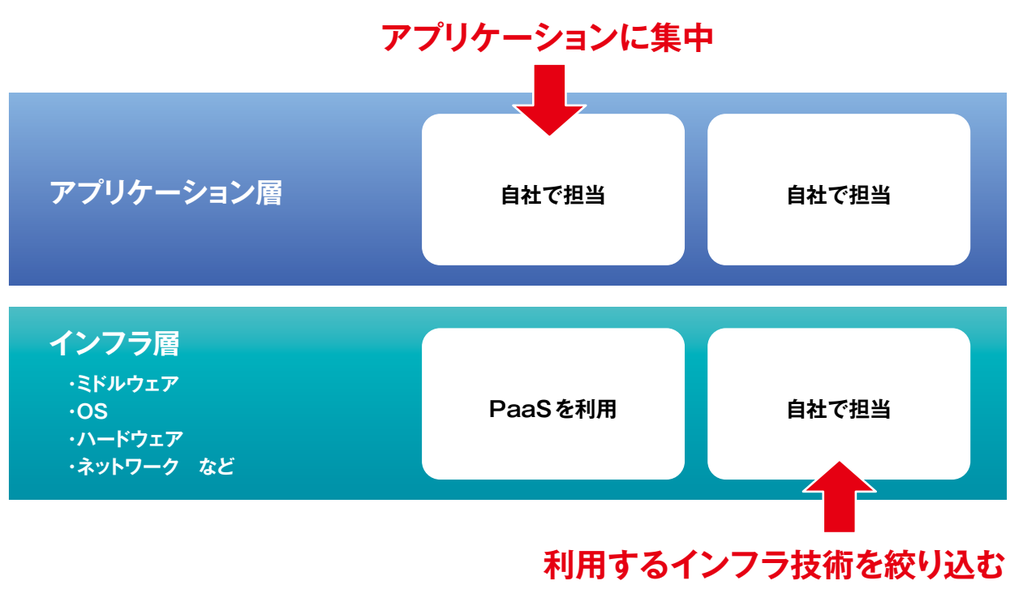
クラウド化で組織に縛られない働き方が広がる

クラウド化によって、経営の質だけでなく、働き方も変わると大野氏は考えています。「外からでも会社とコミュニケーションが取れるメールやスケジュール共有ソフトのおかげで、直行直帰の就業スタイルや在宅勤務などが可能になります。会社という場所に縛られない働き方は不可逆の流れ」というのです。一方で、フェースツーフェースで交わされる議論から生み出される価値は相対的に高まり、両者のバランスを取ることが重視されることになるでしょう。

また、大手企業のIT戦略支援が専門の大野氏は「クラウドはグローバル化の中での組織の在り方にも影響を与えている」と語ります。企業が各拠点のシステムを整える際、これまでは日本製のシステムを各国のレギュレーション（規制）や商慣習に合わせてカスタマイズするケースが多く見られましたが、グローバル化が進む今は統一したシステムを利用しようという動きが強まっているというのです。

こうした流れに伴い、ビジネスのオペレーションにおいても標準化が進むことが考えられます。「オペレーションの標準化が進むということは、その巧拙が明らかになることです。日本のやり方を海外に移植するだけでなく、逆に海外のやり方に合わせて日本流のやり方を改めるケースも出てくるでしょう」と大野氏は予想します。

図2 インフラとアプリケーションの分離



出典：「一歩先のクラウド戦略」大野隆司氏著、遠藤功氏監修

インサイトを得られるシステムを開発する

昨今、ビジネスの現場では「ビッグデータ」という概念が盛んに議論されています。これはコンピューター上に存在する膨大な情報を分析し、何らかの相関関係を見いだしてデータを活用しようというものです。その対象は、売上げなどの数値データだけでなく、文字情報や画像、音声、位置情報など多種多様な混沌（こんとん）とした情報で、そこで得られた分析結果は経営のインサイト（ひらめき）となることも期待されています。

ここで大切なことは、同じデータでも前月の売上げや利益といった事後的に得られるデータでなく、何らかの予兆的なデータを得ることです。例えば「工場の治具の整理整頓ができていないと、不良品率が高まる」といった経験則を持つ経営者にとっては、工場のリアルタイムの画像がインサイトを呼び起こします。

何がインサイトになるかは、人によって様々です。だからこそ、例えば工場のリアルタイムの映像を社長室のモニターに常に映すといったシステムを作ったとすれば、それは実験的にならざるを得ません。しかも、これらのシステムは作ったところで、実際にインサイトにつながるかどうか確証はありません。有効であればシステムを拡張するし、無効であれば投資は無駄になりますが、撤退すべきでしょう。

こうしたシステムの開発にこそ、クラウドが向いています。クラウドは、利用するIT資産の規模を伸縮自在に変えることができ、コストを考慮しながら利用することができます。自前でシステムを開発するのに比べ投資を数十分の一に抑えることができるのですから、こうした実験的なシステムを作りやすいはずです。「インサイトは、経営者の感性の問題です。ただし、感性とはいえ言葉で説明できないだけで、その裏には何らかの論理があるはずです。その論理が見つかった時、その経営者の、そして企業独自の強みが凝縮されたインサイトを実現することができるでしょう」と大野氏は語ります。

経営の現場では熟練の勘といったものがビジネスを左右する鍵とされることがあり、このいわば暗黙知を誰でも利用できるように形式知化することが成功の要諦とも言えます。クラウドによって開発への道が開かれたインサイトシステムは、まさに経営における暗黙知の形式知化を実現するものと言えるでしょう。

●株式会社ローランド・ベルガー　http://www.rolandberger.co.jp/

巧妙化するサイバー攻撃 専門家の診断で現状確認を

今や、ビジネスの必須項目となったICT活用。スマート端末の登場で、便利さは加速しています。しかし一方で、リスクも増大。利点とリスクの評価は、経営の大切な意思決定です。そこで、情報セキュリティの専門家である株式会社ラックの長谷川 長一氏に、「これからの企業におけるICT活用とセキュリティ」についてお話を伺いました。

働き方をも変える ワイヤレス化とICTの発達

── 近年のICT環境の変化について、どのように捉えておられますか。

大きな変化はワイヤレス化です。以前はネットワークを使うにはパソコンをケーブルでつないでアクセスする形式でしたが、今ではケーブルが不要になりました。

ソフトウエアも、以前は店頭で購入したものをインストールしていましたが、今はネットワークからダウンロードして使うことが一般化しつつあります。音楽が既にそうですね。パラダイムシフトが起こっており、この流れは不可逆でしょう。

これに合わせて働き方も変わりつつあります。オフィスワークからモバイルワークへのシフトです。最近はノマドという言葉もあります。ノマドとは遊牧民のこと。草を求め場所を転々とする遊牧民になぞらえ、移動しながら働くという働き方です。

私はほとんどオフォスにいませんが、次々と業務のメールが飛んできます。社員は自由である半面、逃げられない。自律が求められます。外部環境がこのように変化しているのだから、仕事はこれに合わせないとならない時代になっていると言えます。

このように空間に縛られず、働いたり、情報を得たり、連絡を取り合ったりできるようになったのです。

── 便利な世の中ですが、一方で、私たちはどのようなリスクを負っていると考えればよいのでしょうか。

簡単に言うと、世界中から24時間、365日攻撃を受けるようになりました。弊社では、日本の約800の企業や官公庁のネットワークを監視していますが、そこに対する攻撃は、およそ人類が住んでいる場所であれば地球上の全ての国・場所から仕掛けられています。

リスクの1つとしては「なりすましウイルス」が挙げられます。ここで注意したいのは、最近のウイルスは感染しているか否かが、素人には分からないということです。以前ならウイルスに感染すると、ファイルが壊れたり、明らかに普通でない兆候がモニターに表れたりしました。病気に例えると、自覚症状があったから、ソフトを入れ直すといった対処が取れました。

しかし最近のウイルスは、感染しているか否か分からない。自覚症状がないのです。そして、攻撃者が感染した端末に命令を出すと、それとつながる端末をDoS/DDoS攻撃※したり、大量のスパムメールを送りつけたり、情報を盗んだりします。攻撃者の命令で動くから、こういったウイルスを「bot＝ボット」（ロボットから命名）と言います。

盗まれるのは、IDやパスワードだけでなく、メールのタイトルや本文なども対象です。なぜ、そんなものを盗むのか。それは「さも普段のビジネスメール」を装って送られてくる標的型攻撃に使うためです。

悪意者は世間で騒がれることを狙うので、SNSなど大勢のユーザが集まるところに悪さを仕掛けてくるという傾向もあります。つい最近は、Twitter上で熊本県のゆるキャラ「くまモン」がアカウントを乗っ取られるという事件がありました。

日常から使っているクラウドサービスの情報を盗まれたり改ざんされたりするリスクもあります。そうなると、便利なサービスが使えなくなり、業務や生活にも支障が出るでしょう。

世の中を便利にするICT その普及に対応する

── スマート端末のリスクとしてはどのようなことが挙げられるでしょうか。

まず紛失があります。時計だけでなく、スケジュール管理などもスマートフォンで管理している場合、紛失すると携帯電話より厄介でしょう。単に自分が大変というだけでなく、情報漏えいや改ざんにもつながりかねず、他人にも迷惑を掛けてしまいます。

また、パソコン同様、ウイルス感染の危機があります。更に無許可の無線ネットワークに接続してしまうかもしれません。私たちは「野良LAN」と呼んでいますが、得体の知れないところにつながってしまう。そうすると、データを盗まれたりウイルスを送られたりするかもしれません。こうしたリスクに対しては、パソコンと同様のセキュリティ対策が必要と言えます。

「悪意者に近づかなければ被害はない」「中小企業は狙ってもメリットが少なく攻撃されない」と安易に考える方もいます。しかし、そんなことはありません。実際は、悪意はなくても、当人の誤操作や管理ミスといった過失で情報漏えいすることが多いのです。悪意者から見たら、中小企業も標的型攻撃の材料欲しさに攻撃対象になると言えます。実際、被害に遭っているのは3分の1が中小企業なのです。

── どのようなセキュリティ対策が有効だとお考えですか。

まずは自社のICT環境とセキュリティ対策の状況を知ることです。最近のウイルス感染は、自覚症状がない病気のようなものですから、健康診断を受けるように、専門家の診断を受けることが大切です。

健康診断では、よく「自分の体は自分が一番よく知っている」という方もいらっしゃいますが、それは幻想で、自覚症状のない病気にかかっているかもしれないのです。まずは専門家の診断・検査を受けてください。「分かっているつもり」「対策できているつもり」が最も危険だと言えるでしょう。

現状が分かれば、次は対策を講じます。ご自身でできる対策もあれば、専門家に頼むべき対策もあります。かかりつけの医者のように、セキュリティ関連で何か困ったことがあればすぐ相談できる専門家と普段から付き合っておくこともいいでしょう。

── ICTとうまく付き合っていくためのアドバイスをお願いします。

生活を豊かで便利なものにし、仕事を効率的で正確なものにするのがICTです。今後も世の中はICTを取り込み、便利になっていくでしょう。

変化に応じ、自らを変えていくことは、まさに「生き残る」ということです。スマート端末の導入を検討される経営者は多いと思います。まずは自分で使ってみることをお勧めします。するとメリットもリスクも把握できます。「理解なきところに対策なし」です。

進化論を唱えたチャールズ＝ダーウィンは「強い者や賢い者が生き残ったわけではない。環境の変化に対応した者が生き残ったのだ」という言葉を残しました。また、アニメ王、ウォルト＝ディズニーは「現状維持では後退するばかり」と言いました。

ICTの環境に合わせ、私たちも変化していかねばならないのです。

■これだけは、やっておきたい情報セキュリティ対策

- 自社の情報セキュリティ対策の状況と取り巻くリスクを知る。
- 利用する機器やサービスの特徴、機能を理解する。
- 適切なセキュリティ設定と定期的なチェック（特に、アカウント管理）。
- コンプライアンス要件（利用規約や慣行を含む）の十分な理解と遵守。
- フォルダやファイルの保護。
- データのアーカイブ／バックアップ。
- 利用する機器の管理（PC、スマートデバイスなど）。
- 困ったときに聞ける人を確保しておく。

資料提供:長谷川 長一氏

※コンピューターにトラフィックを引き起こし、機能停止に陥らせる攻撃。

株式会社ラック　ラックセキュリティアカデミー プロフェッショナル・フェロー
CISSP（ISC）² セミナー公認主任講師
長谷川（はせがわ） 長一（ちょういち）氏

1987年早稲田大学商学部卒業後、ソフトバンク株式会社に入社。営業などのマーケティング職を経験後、セキュリティ関連の業務に従事。2004年に日本ユニシス株式会社入社。2008年に株式会社ラック入社。情報セキュリティコンサルティング、情報セキュリティ監査業務を経て、現在は情報セキュリティ教育業務を主に担当。情報セキュリティの国際的な資格であるCISSPを保有。学校法人東京電機大学、首都大学東京で非常勤講師、岡山理科大学で特別講師も務める。『CISSP-行政情報セキュリティ認定試験公式ガイドブック』『SSCP認定資格公式ガイドブック』など著書多数。

TOPICS 長谷川氏による「ICT活用とセキュリティ」に関する講演会が東京・新宿で開かれました

2012年11月21日（水）、ハイアット リージェンシー 東京（新宿）で、日本電信電話ユーザ協会 東京支部主催の「地区合同経営講演会」が開かれました。当日は、各業界から様々な年代、経歴の経営者の皆様をはじめ、多くの方々に参加していただきました。

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/ict/ictcase/news.html

●株式会社ラック　http://www.lac.co.jp/

地域貢献にICTを活用し様々な取り組みを実施 地元産業・経済の活性化を図る

近年の長引く不況により、地方にある大手メーカーの出先工場などが閉鎖の危機に見舞われる中、そのあおりを受け苦境に立たされる地方企業が多いようです。そうした中、株式会社サンワ ハイテックは地元企業の生産力向上や地域経済の活性化を目指し、情報インフラの整備や、地域ポータルサイトの運営など、地域貢献につながる様々な取り組みを行っています。同社のICTを活用した地域貢献の取り組みについてお話を伺いました。

サンワ ハイテックの本社工場。菊池市の光回線導入に尽力し、どこよりも早く光回線ユーザとなった。

企業の生産力向上を図るため地元への光回線導入を推進

「そのアイデアをカタチにします」をモットーに、顧客企業のオーダーに基づく半導体製造装置の開発を行っている株式会社サンワ ハイテック。同社は1991年に熊本県菊池市で事業を開始し、大手メーカーの製造工場などを取引先に事業を展開。半導体を作る機械を製造するという高い技術を生かし、顧客製品のOEM生産（相手先ブランドによる生産）や金型製造の他、“製造コストダウン”や“工期短縮”など、顧客からの様々なニーズに応えてきました。同社代表取締役の山下 和貴氏は「地方にある製造工場などの生産力向上を促進するようなサービスを提供することが、地域経済の活性化につながると考えています」と自社の方針を語ります。

株式会社サンワ ハイテック
代表取締役
山下 和貴氏

そんな同社がテーマとしているのが、地域貢献の取り組みであり、その1つに挙げられるのが熊本県菊池市における光回線整備への働き掛けです。

同社が本社を構える菊池市では、早くからISDN回線が導入されていたものの、光回線への移行は滞っていました。その背景には西日本電信電話株式会社（以下、NTT西日本）が光回線を導入するには、菊池市では採算が見込めないという事情がありました。一方、企業においては、地方の出先工場と本社とのデータ授受をISDN回線で行うと膨大な時間を費やしてしまい、業務が滞るという事態が頻発していました。

こうした課題を解決するために山下氏は、菊池市の情報インフラ整備に取り組むことにしたのです。

「地方産業の活性化には、地元に企業を誘致して雇用を生み出す必要があります。また、昨今の情報化社会において、地方への企業誘致を促進するためには情報インフラの整備が不可欠です。そこで、当社は、各企業に協力を呼び掛け、理事として参画している日本電信電話ユーザ協会を中心として、自治体に対して光回線導入の必要性と、それによって見込める企業誘致の効果などを提示したのです」と、山下氏は取り組みの経緯について語ります。

これをきっかけに、国・菊池市・NTT西日本が共同で出資することで、菊池市全域への光回線導入が実現したのです。

ポータルサイトを運営し地域の経済振興に貢献

また、そうした取り組みに加え、同社では菊池市の経済振興を目的とした情報サイト「菊池観光ポータルサイト」の運営を行っています。同サイトでは、市内の店舗・企業などから提供されるイベント情報や店舗情報などを随時更新し、市内の注目スポットを動画やイラストマップなど、様々な形で配信しています。また、ユーザからの画像投稿や掲示板など、魅力あるコンテンツを維持・管理し、菊池市に訪れる人を増やすことで、地域経済の活性化を図っています。更に自社のFacebookページでも地域イベントを紹介するなど、SNSを活用した取り組みも開始。様々な手法で地域情報を発信しています。

「地域に人を呼ぶことで需要が生まれ、そこに市場ができます。当社は、菊池市の市場を拡大するために、日々地域のイベントや観光情報の発信を続けています」（山下氏）。

「菊池観光ポータルサイト」。随時企業や店舗から寄せられる観光情報を更新。常に新しいコンテンツを整備し、ユーザ数確保にも注力している。
http://www.e-kikuchi.jp/

STAViは、スマートフォンにより遠隔操作もできる。STAVi遠隔操作専用アプリをダウンロードし、上下・左右折・回転などの操作が簡単に行えるなど、高齢者や介助者にも使いやすいように設計されている。

2つのモーターを搭載したことで、細かく滑らかな動作が可能。操作ミスをしても衝突防止機能により、人や障害物の前でストップする。

高齢者のQOL向上を目指し自社製品にもICTを活用

地域産業の活性化や経済振興などの他に、同社は自社で開発した製品においてもICTを活用しています。それが広い施設内における移動を助ける介護用電動カート「STAVi（スタビィ）」です。

高齢社会を迎えた日本において、介護する側の負担軽減はもちろん、高齢者の“QOL（Quality Of Life=生活の質）”の向上も大きな課題となっています。そこで同社は、足腰の痛みを心配せず、外出先を楽しむことができるSTAViを開発しました。

STAViは、辛い膝の曲げ伸ばしが不要となる自動リフトアップシートを搭載。人と同じくらい小回りの効いた動きや、障害物の前で自動停止する機能など、これまでの介護機器に見られなかった高い機能性に加え、最大の特徴とも言えるスマートフォンで遠隔操作ができる機能を備えています。この機能は、STAViを施設や一般利用者への早期普及につなげるために付加したものであり、更に利便性の追求だけでなく話題性を高める効果を狙っていると言います。山下氏は、「スマートフォンで遠隔操作できるという新しさにより、様々なメディアからの取材が殺到しています。今後、より安価に一般ユーザにも提供できるように普及を図ることで、社会貢献につなげたい」と語ります。

また、営業にスマートフォンを貸与し、クラウド上でスケジュール管理を行うなど、自社の業務効率化にも積極的にICTを活用している同社。今後も地域貢献という大きなテーマの下、同社が行うICT活用の取り組みが注目されます。

クラウド上で管理されているスケジュールを、貸与されているスマートフォンでリアルタイムに確認・共有できるため、業務効率が格段に向上したと言う。

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/ict/ictcase/news.html

●株式会社サンワ ハイテック　http://www.sanwa-hitech.com/

いかなる時も“信念”を貫く“覚悟”を持つ

我流の処世訓「勘・断・心」

かつて日本銀行で勤務していた頃、役職が上がっていくにつれて部下の数が増えた時に、マネジメントの責任を全うする上で自分なりの哲学を考えるようになりました。そうしてたどり着いた我流の処世訓が「勘・断・心」です。

「勘」とは、先行きの趨勢（トレンド）を読む先見性のこと。常に時代の一歩先を読み、自分の中で「次はこうなるだろう」という方向感をしっかりと持つことです。「断」とは、決断すること。自らの方向感に基づき、「自分はトップとして何をやるのか」を決める。そして、決断したことを実行していくために一番大切なのが「心」です。事を進めるにあたっては、「絶対にやり抜くんだ!」という強い信念を持ち、皆と“気合い”をそろえることが大切です。特に、行員だけでなくお客様とも同じ志を共有し、共通の認識でビジネスを進めることが極めて重要で、私は今日まで、この「勘・断・心」を胸に経営を行ってきました。

将来「当たり前」になることをどこよりも早く着手する

1997年から滋賀銀行の頭取を11年間務めましたが、その間、私が「勘」を働かせて、いち早く実行してきたことが4つあります。

1つめは「環境経営」です。当時は、環境に積極的に取り組んでいる企業はまだほとんどありませんでしたが、私は「これから必ず環境の時代がやってくるはずだ」と感じていました。そこで、どの銀行よりも早く環境配慮型の融資メニューの取り扱いを始め、「クリーンバンクしがぎん」というスローガンのもとに「環境経営」の充実に努めてきました。「環境といえば滋賀銀行」という評価をいただいたことを誇りに思っています。

2つめは「アジアへの進出」です。以前、滋賀銀行にはニューヨーク支店と香港支店がありました。熟慮の末、私は「将来はアジアが有望だ」と感じたので、思い切ってニューヨーク支店を閉鎖し、10年前、上海に駐在員事務所を開設しました。

3つめは「リスク管理手法の高度化」です。銀行は、様々なリスクに直面していますので、経験や勘に頼るのではなく、リスク管理を合理的な考え方で確立しなければ危ないと感じていました。そこで、企業格付けをベースにした先進的なリスク管理手法となる「FIRB※」の認定取得に取り組んだのです。若い行員を動かし、全員で力を合わせて命懸けで取り組み、見事第1号を取得できた時は本当にうれしかったですね。

地球環境に対する先進的な取り組みが評価され、2003年、滋賀銀行は「第1回日本環境経営大賞」（三重県主催）の環境経営パール大賞（最優秀賞）を受賞した。

4つめは「IT戦略」です。1995年、副頭取時代にニューヨークに出張した時、アメリカでは支店がなくても取引ができる“リモートバンキング”が流行しており、「これはすごい時代になる。すぐに日本にもやってくる」と感じました。そこで、組織横断的にマルチメディア委員会を発足させ、これまた他行に先駆けて、インターネット環境を整備しました。

環境への配慮、アジアへの進出、企業格付け制度、ITの活用、いずれも今の時代では当たり前になっていることばかりですが、時代が到来してから着手し始めても意気があがりません。このように、経営者とは常に「勘」を働かせて、一歩先を読んで、自ら動かなければなりません。

あらゆる不人気に耐え“信念”を貫き通す

これら4つのことを実行するためには、「勘」はもちろん「断」、経営者として“信念”を貫く“覚悟”が欠かせませんでした。まだ世の中にない価値観を実行していくわけですから、いずれの時も行内から猛烈な反対がありましたし、行外から冷ややかな視線を浴びせられたことも多々ありました。

しかし、私には強い“信念”と“夢”がありました。銀行経営を行う上で、私が柱に掲げてきたのは「自己責任原則に基づく独自経営」です。行政の指示を待つまでもなく、自分たちの城は自分たちで守る。そのために、「お金だけでなく、お客様に“知恵”と“親切”もお貸しする」という独自の戦略で特色を打ち出し、いつの日か、それが世間から評価されることに夢を求めて経営を行ってきました。つらいこともたくさんありましたが、「心」を大切に仲間と気合いをそろえ、信念を持って貫き通してきたことが着実に実を結んでいることに喜びを感じています。

日本銀行で32年、滋賀銀行で18年、50年もの銀行員生活を振り返ると、中央銀行と地方銀行のミッション（使命）は違うものの、共通する部分がありました。それは「不人気に耐える」ということです。日本銀行は、通貨価値を守るために、国民から不評を買うことでも断行しなければなりません。地方銀行は地元企業のホームドクターとして社長様に、時には苦言を呈する必要があります。こうした不人気に耐えるためには、やはり“信念”を貫く“覚悟”が必要であることをあらためて強く実感します。昨今、厳しい経営環境下ではありますが、企業経営者の皆様にも、ぜひ“信念”と“覚悟”を持って、前向きに経営を行っていただければと思います。

※FIRB（Foundation Internal Ratings-Based approach）／基礎的内部格付手法。高度なリスク管理を行っている金融機関が、内部で推計を行っているデフォルト確率などを用いて所要自己資本を計算する手法。2007年3月に、滋賀銀行をはじめとする地方銀行トップグループ5行がFIRBの承認を受けた。

髙田氏が愛してやまない沖縄人（うちなんちゅう）の「チム・ククル」

日本銀行の7代目 那覇支店長として、1983年12月から1985年7月までの1年半、沖縄で勤務した髙田氏。在任中は「行動する支店長」をスローガンに掲げ、多くの離島を抱える沖縄県の島々を次々と訪れた。

転勤が決まり、沖縄を離れる直前のこと。以前から親交のあった合資会社 沖縄関ヶ原石材（沖縄県那覇市）の社長である緑間 武さんから、「私の故郷である津堅（つけん）島の石碑に言葉を彫りたいので、何か書いてほしい」と依頼された。そこで髙田氏は、石碑の表には独自の句である「観光を育てる皆の知恵と肝（チム）」（「観光標語」入賞）、裏には沖縄在住の間に学んだ「イチャリバ・チョーデー（＝一度会えば皆兄弟）」「チチジムル・カナシジム（＝なじみの人が一番大切）」という2つの格言を彫ってほしいとお願いした。

それから30年弱の月日が過ぎ、昨年、約束どおり言葉が彫られた石碑を初めて目にした髙田氏は、いたく感動したという。出身地も年齢も関係なく、すべての人との出会いを一生大切にする沖縄の人々の「チム（肝）・ククル（心）」は、現在でも、「勘」「断」とともに「心」を重視する髙田氏の経営哲学のベースになっている。

昨年、津堅島の石碑を訪れた時の髙田氏（左は緑間 武さんのご子息で現社長の緑間 禎さん）

株式会社滋賀銀行
会長
髙田 紘一氏

たかた こういち◎1939年滋賀県生まれ。1962年に京都大学 経済学部を卒業後、日本銀行に入行し、那覇支店長、文書局長、考査局長、監事などを歴任。1994年に滋賀銀行の常勤顧問に就任後、副頭取を経て、1997年から11年間頭取を務める。その経営手法が高く評価され、2007年1月、総合ビジネス誌「財界」が選ぶ「平成18年度 経営者賞」を受賞。2008年からは会長（現職）となり、現在に至る。

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/ict/ictcase/hint.html

● 株式会社滋賀銀行 http://www.shigagin.com/

歴史上のあの人に オススメ ICTソリューション⑩

歴史に名を残した様々な偉人たち。彼らの時代に、もしICTがあったとしたら、どのような活用ができたのでしょうか。歴史的人物にオススメのICTソリューションとは―？

Katsushika Hokusai

葛飾 北斎

葛飾北斎（かつしか ほくさい）
［1760-1849］

やりたいことは… ▸▸ 世界中の人を楽しませる

代表作「富嶽三十六景」で知られる江戸後期の浮世絵師、葛飾北斎。彼の描く絵は、その大胆な構図と独特の色彩で人々を驚かせ、日本だけでなく世界中の人に支持されています。

幼い頃から絵を描くのが得意だった北斎が絵の道を志したのは19歳の頃。様々な絵師の下で自身の画風を切り開き、江戸文化の成熟期であった文化年間（1804～1818）には、作家の滝沢馬琴と組んで読本（江戸時代の小説の一種）の挿絵を描き、人々を熱狂させる人気絵師となりました。

読本の挿絵で人気を不動のものにした北斎は、自身の絵を世間に発信することにも注力。それが「北斎漫画」の制作でした。同書は、その頃全国に200人ほどいた北斎の弟子のための教科書として発刊されたもので、動植物・庶民の生活や道具・妖怪・建築物など、ありとあらゆるものが、時に精緻に、時にコミカルに描かれています。それは大変な評判を呼び、北斎の死後、明治に至るまでの大ベストセラーとなりました。また、そこに描かれた巧みな描画は、日本だけでなくヨーロッパの印象派の画家たちにも多大な影響を与えたと言われています。

更に、北斎は寺院の境内で120畳敷の大きな紙に達磨の絵を描くという作画パフォーマンスを行うなど、人を驚かせることが大好きだったそうです。

生涯にわたり、様々な画題の絵を制作し、晩年まで自身の作画技術の研さんを積み、進化を続けた北斎。常に見る人を楽しませ、驚かせてきた彼がもし、世界中にそのパフォーマンスを発信できていたら、更に多彩な芸術分野に影響を与えていたことでしょう。

そんな葛飾北斎にオススメ ストリーミング

インターネットを通じて、動画や音声などのマルチメディアデータを視聴する際に、データを受信しながら同時に再生を行うことができるストリーミング。この技術により、ラジオやテレビなどの生中継も、インターネットで視聴することが可能となりました。近年、動画配信サービスも多数提供されており、一般ユーザが多数の視聴者に向けて音声付き動画を手軽に配信することもできるようになりました。もし、北斎がストリーミングを利用していたら、弟子たちに「北斎漫画」の制作風景を実況中継して、具体的に作画方法を教えたり、より独創的な作画パフォーマンスを配信したりすることで、世界中の人を驚かせ、彼の絵の新境地を開いていたかもしれません。

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/ict/ictcase/column.html

Let's have a Communication!

メディエーション ―トラブル解決のコミュニケーション―

第2回

裁判とメディエーションの違い

本コーナーは、トラブルなどにおいて第三者が当事者同士の話し合いを促すことにより解決に導く手法「メディエーション（調停）」を紹介しています。第2回の今回は、メディエーションを行うメリットについてお話しします。トラブル収拾の極意を学び、職場でトラブルが発生した時などに、当事者間の相互理解を促すコミュニケーションの基本を身に付けましょう。

裁判とメディエーションの違い

当事者同士の話し合いを促すメディエーションと対極にあると言えるのが、第三者である裁判官が裁定しトラブルを解決する裁判です。メディエーションを行うメリットを考える前に、まずは職場で起こるトラブル解決の手法としてのメディエーションと裁判の違いを考えていきましょう。

そもそも裁判は、法によって白黒をつけるものです。裁判所・裁判官の下、法に基づいて公平な判断が示されるため、職場での上下関係などによらない解決が期待できます。その半面、双方が対立した状態のまま解決するため、勝つ側と負ける側が出てきます。そのため当事者同士の人間関係に必ずしもいい影響を及ぼすとは限りません。それに対し、メディエーションは当事者同士が話し合って解決することを目指すため、自分たちで解決したという事実が納得感を生むのです。また、裁判を行うには膨大な費用・時間・労力がかかるのに対し、メディエーションは裁判ほど費用や時間、煩雑な手続きを必要としないため、当事者にとっては比較的簡単に進めることができるものです。

基本的に非公開で行われるメディエーションは、個々の案件にきめ細かに配慮して解決に導くことができます。裏を返すと、公開されている裁判のように1つの判例が同じような紛争にも影響を与え、より大きな問題の解決につながるという社会的な波及効果が期待される性質のものではないということです。また、当事者同士が話し合うことでトラブルを解決するため、現場の力関係に左右されやすいという側面を持っています。このように、メディエーションと裁判は表裏一体であり、メディエーションのメリットが裁判のデメリットになり、裁判のメリットがメディエーションのデメリットにもなり得るのです。

メディエーションの特徴と注意すべきこと

それでは、それらを踏まえた上で、メディエーションの特徴に注目しましょう。

当事者同士がとことん話し合うことで解決を促すメディエーションは、双方に納得感を生み、結果的に職場の人間関係を良い方向に導くことにもつながります。しかし一方で、裁判のように公開されないため、現場などの力関係がそのまま出てしまう危険をはらんでいます。

企業においてメディエーションを行う際は、力のアンバランスなどの問題に配慮することもメディエーションの効果を最大限に発揮するためには重要だと言えます。その鍵となるのがメディエーターなのです。

次回からは、メディエーションをより有意義なものにするためにメディエーターが配慮すべきことを解説していきます。

※メディエーションは、「もしもし検定」のカリキュラムに導入されています。

講師

稲葉 一人（いなば かずと）氏

中京大学法科大学院教授。東京・大阪地裁判事、法務省検事などを経て、現在、本務のロースクールの他、久留米大学医学部、熊本大学大学院などで教壇に立つ。また、日本電信電話ユーザ協会電話応対技能検定委員会委員・専門委員会委員を務めている。米国に留学し、ADR（裁判外紛争解決）を研究し、メディエーションの教育者・実践者である。JICAを通じて海外の裁判所における調停制度構築のプロジェクトを進め、2012年10月にモンゴル国最高裁から「最高功労勲章」を授与された。

お客様に感動と満足を提供し 真のビジネスパートナーを目指す

テルウェル東日本株式会社

センタ内は和やかな雰囲気だが、一歩中に入ると緊張感が伝わってくる(上)。JR代々木駅近くに立つ本社ビル(左)。

オフィスソリューションやファシリティマネジメント、ライフサポートなど、NTTグループの総合アウトソーシング企業として多岐にわたってビジネスを展開するテルウェル東日本株式会社。同社は数多くのコンタクトセンタの運営も手掛けており、オペレーターの応対スキル向上や応対スキルの水平展開のため、電話応対技能検定(以下、もしもし検定)を取り入れ、昨年は指導者級の合格者を新たに2名輩出するなど、核(指導者)となる人材の育成にも力を入れています。

5つの事業領域でお客様の高い信頼を獲得

テルウェル東日本株式会社は、前身である財団法人電気通信共済会の収益事業を継承し、2001年7月に株式会社としてスタートを切りました。社会情勢や事業環境の変化に合わせて柔軟にグループ組織の再編を行い、昨年7月には子会社であるテルウェル東北株式会社とテルウェル北海道株式会社を統合して現在に至っています。事業領域も徐々に拡大し、現在は大きく5つの分野に分かれます。

テルウェル東日本株式会社
代表取締役社長
中山 進(なかやま すすむ)氏

もしもし検定はコンタクトセンタのインストラクターに積極的に取得してもらうことでオペレーターのスキルアップだけでなく、スーパーバイザーやグループリーダーの指導力アップにもつながっています。

①オフィスソリューション事業

・オフィス用品や通信機器の販売、防災ソリューションの提供、オフィスコーディネート　など

②アウトソーシング事業

・総務事務関連サポートやコンタクトセンタの構築・運営、営業支援、人材派遣、研修・社員育成サポート　など

③ファシリティマネジメント事業

・ビル設備の管理や清掃、警備／受付、社宅・独身寮の運営、土地／建物の利活用を推進するアセットプランニング事業　など

④ライフサポート事業

・自動販売機の設置／運営や社員食堂／喫茶／売店の運営、不動産の運営管理、介護サービスの提供　など

⑤NTTグループサポート事業

・NTT東日本管内の電報受付と配達、116電話受付、公衆電話ボックスの清掃や修理／料金取集　など

その中でも、NTTグループサポート事業分野で12のセンタを運営するコンタクトサービス事業本部は約1,400名のスタッフによって、年間約300万件の電話応対を行っています。代表取締役社長の中山進氏は「NTTグループからの長年にわたる受託業務を通じて、私たちは着実な業務遂行と揺るぎない使命感を培ってきました。その誠実な姿勢はあらゆる方面のお客様から“信頼”という高い評価をしていただいています」と力強く語ります。

指導者の育成に注力し応対スキルの平準化を実現

同社が、もしもし検定に取り組んだ理由の一つは、コンタクトセンタの運営も含め、同社と同様の企業は他にも数多く存在しており、その中から「テルウェル東日本」を選択していただくには他社にない付加価値をお客様にご提供することが必要であり、それを実現するには高い電話応対スキルが必要と考えているからです。

中山氏は「お客様に感動を与え、更に信頼を獲得するには、課せられた目標をクリアするだけでなく、期待以上の成果を創出しなくてはなりません。お客様と接するオペレーターには高い応対スキルが求められると同時に、オペレーター個人のスキルにばらつきが生じないように努めなくてはなりません」と同社の方針について語ります。1人の優秀なオペレーターがいくら頑張って良い応対をしたとしても、1人の不適切な応対によってセンタだけではなく、会社全体の評価が下がってしまい、競合会社との優位性を確保できずに、この厳しい環境の中で生き残ることができないと考えているからです。

また、同社ではリアルタイムな育成を行うことで、応対スキルの水平展開(平準化)と、新たに採用した“新人”が即戦力となってお客様に感動を与える応対が行えるよう、センタ内に「指導者級」の資格取得者を養成しています。

指導者級資格取得者がもたらす効果について、中山氏は「電話応対に対する技術と幅広い専門知識を兼ね備えた指導者が、更に資格を取得することによって、個々のオペレーターのスキルに合わせた育成を行うことができ、スキルの平準化が実現できます」と語ります。たとえ“新人”であっても応対スキルを早期に身に着けることが可能であり、また既存のオペレーターにとってはスキルのブラッシュアップにつながっているようです。

社員が取得している様々な資格名を記したプレートが本社ビル1階の壁に並ぶ。取得者数は延べ約3,000人に上る。赤枠が「もしもし検定」。上から指導者級、1級、2級、3級。

全国大会優勝という新たな目標を目指して

同社は電話応対コンクールを、更なる電話応対スキルの向上を目指して切磋琢磨するオペレーターが、自身の力を試すことのできる唯一の場と位置付け、他社とのレベルを比較する貴重な機会として積極的に活用しています。電話応対コンクールへの参加は「優勝」という新たな目標を持つことができると同時に、参加するオペレーターが基本に戻って学習することから、電話応対スキルのブラッシュアップに大変役立っているとのことです。

2012年度は同社のコンタクトセンタから23名が電話応対コンクールに参加し、うち8名が県大会に駒を進めました。惜しくも全国大会への出場は逃しましたが、県大会に出場した8名のうち5名が入賞するという実績を残しました。中山氏は「2013年度は県大会優勝、更には全国大会での優勝を目指します」と力強く語ってくれました。

また、同社は電話応対技能検定実施機関として様々な企業に対し「お客様に予想外の喜びや感動を与えられるビジネス電話応対」の実現と、電話応対のエキスパートとなり得る核要員の育成を目指して、もしもし検定の講習と試験を実施しており、お客様からも高い評価を得ています。

「コンタクトセンタにおいてお客様満足を追求する目的は、お客様に感動を与えてその企業のファンになっていただくことだと考えています」と中山氏は語ります。満足度はお客様が決めるものであり、時代とともに変化する。だからこそ、その都度お客様の立場で考え、全てのお客様に感動を与えられるような電話応対スキルの向上が必要だということです。

同社は、もしもし検定への取り組みをはじめ、多種多様なコンタクトセンタ運営で培ったスキルとノウハウなどを活かしつつ、これからも常に改革し続け、高品質のサービスと新たな価値を創出し、お客様のお役に立てるよう真のビジネスパートナーを目指しています。

もしもし検定の講習風景。受講者は真剣そのものだ。

お話をお聞きして

時代とともに変化するお客様のニーズや満足度と常に向き合い、自らも変化・向上していこうとする柔軟な姿勢は素晴らしいと感じました。ぜひ電話応対コンクール全国大会での優勝を勝ち取っていただきたいです。

高い専門知識と応対スキル	★★★
育成を含めた現場力	★★★
顧客視点の浸透度	★★★

企業概要

テルウェル東日本株式会社

代　　表：代表取締役社長 中山 進
本　　社：東京都渋谷区千駄ヶ谷5-14-9
設　　立：2001年7月1日
事業内容：建物等の清掃、警備・受付・案内等総合管理、事務用什器・オフィス用品等の販売、介護保険等に基づく居宅介護支援事業・訪問介護事業、情報通信システム等に関する工事・保守・維持管理等業務など
従業員数：8,500名(2012年7月1日現在)

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/education/pdfindex/cs.html

●テルウェル東日本株式会社　http://www.telwel-east.co.jp/

社長直轄のSSPD部を設け顧客接点を横断的に訓練

アメリカンホーム保険会社

キャンペーンなどではチーム毎に成績を競い合う。“明るい競争”はセンター全体にも良い影響を及ぼしている(上)。

静かな職場に丁寧な電話応対の声が重なり合う(左)。

アメリカンホーム保険会社は、営業担当者や代理店による販売ではなく、CMなどの広告で商品を訴求することによってお客様からの申し込みを促し、申し込みに応じて保険サービスの通信販売を行う損害保険会社です。申し込みや保険金支払い時の手続きなどでお客様から電話を受けることは非常に多く、電話応対品質には細心の注意を払っていましたが、2012年4月、社長直轄のSales & Service Performance Development部(以下、SSPD部と略)を設け、顧客とコンタクトを取る部門の横断的なトレーニングを始めています。

お客様に選ばれる会社になることを目指す

アメリカンホーム保険会社は1899年の設立で、アメリカのニューヨーク市に本社を置く損害保険会社です。日本には、1960年に損害保険事業の免許を取得して進出。テレビCMや新聞、雑誌、ウェブサイトに広告を多く出稿しており、「アメリカンホーム・ダイレクト」の名称を見聞きした経験がある人は多いでしょう。

同社のビジョンは「常にお客様視点で考え、お客様の信頼を得て『お客様に選ばれる会社』になることを目指す」というもの。「社員同士は普段からこの点を確認し合い、トップ自らが本気で取り組む姿勢を見せています。お客様視点に欠けた言動があると、互いに注意し合う社風です」と経営企画部 広報・CSR課 課長の只友真理氏は語ります。

通信販売であるため、電話による問い合わせが多く、また加入者から保険金の請求手続きなどについての問い合わせを受けることも多々あります。そのため、同社は従来から電話応対の品質向上に努めてきましたが、いっそうのCS向上のため、2012年4月に社長直轄のSSPD部を立ち上げました。

SSPD部の訓練で顧客満足度を高める

同社には、顧客とコンタクトを取る部門として、保険金請求関連の電話を受ける複数の保険金サービスセンターと、それ以外で顧客とコンタクトを取るカスタマーリレーションシップセンター(富山市・那覇市)があり、別々にトレーニングしていました。しかしSSPD部を設けることで、これら全てのセンターを横断的にトレーニングする体制にしたのです。「SSPD部では、カスタマーリレーションシップセンターを対象に、スクリプト(台本)を作ってトレーニングをし、OJTで電話応対の内容を聞いて指導しています。現場リーダーの育成にも力を入れており、スキルだけでなく考え方もしっかり指導するようにしています。また、保険金サービス本部に対しては、新人教育のために日報のチェックとフィードバックを充実させるなど、いっそう細やかな指導をしています」と只友氏は語ります。

一般的にダイレクトマーケティング事業におけるコールセンターは、かかってきた電話に対し、言われた通りの事務処理を行います。しかし同社のカスタマーリレーションシップセンターでは「コンサルティング」の意識で応対します。「お客様のご要望やお悩みなどをお伺いし、お客様の立場になって考えます。その結果、A保険でなく、B保険の方がふさわしい場合もあり、お客様に最適な保険をお勧めすることができるのです。この販売方法は、お客様と二重奏を奏でるという意味で、DUO(デュオ)と呼んでいます」と只友氏。実際、DUOによって顧客満足、契約率ともに向上したと言います。SSPD部は、電話応対を通じたコンサルティングの品質向上にも大きく貢献しています。

社外のコンテストで高い評価を受ける

同社はSSPD部を立ち上げる以前から、電話応対品質の向上に努めており、その一つが、日本電信電話ユーザ協会の企業電話応対コンテストへの参加です。3年前に初参加し、2回目の参加となる2011年には傷害・火災保険金サービス部火災新種保険金サービスセンターが優良賞を受賞。翌2012年には医療保険金サービス部医療保険金第二サービスセンターが同社として2年連続で入賞を果たすなど、社外でも高い評価を受けています。

西川千陽氏は、2011年に優良賞を受賞したセンターに所属。火災や地震による家財の保険金請求、自転車事故などによる損害賠償請求の応対をしています。事故の場合、感情的になった被害者とコンタクトを取ることもあります。「加入者様は自分が事故を起こして不安でたまらないもの。まずは『大丈夫ですよ』と伝え、安心してもらうことを心掛けています。一方、被害者様の場合は感情をしっかり受け止めることが大切です」と語ります。

事故センターに入った第一報をもとに、プロフィールや事故状況を確認。自分が電話する時には、第一声を聞いて、事務的な説明を求められているか、感情を受け止めてほしいのかを聞き分け、応対の大筋の方針を決めるといいます。「どのような電話でも、自分の両親からかかってきたと思えば、共感できます」と説明します。

また、渡邉はるな氏は、2012年に優秀賞を受賞したセンターに所属。このセンターには、がんなどの病気を患い保険金を請求される方からの電話がかかってきます。「保険加入者は高齢者が多く、保険金申請の書類の書き方の問い合わせなどが多いです。注意点は、明るい声、聞き取りやすいスピード、ご高齢の方にも分かりやすい語彙を使うことです」と話します。

同センターは15名。渡邉氏らセンターのメンバーは、朝の声出しをはじめ、月に2〜3回、4人チームで互いの電話応対のログ(記録)を聞き合い、注意し合うなど、コンテスト対策を積んできました。期間中、いつコンテストの電話がかかってくるかは分かりません。「加入者様が保険金請求の電話をかける行為は非日常的で、緊張されているはず。こちらが緊張しては、相手もますます緊張します。努めて明るく話し、気軽に質問できると思っていただく。そう心掛けて応対しました」と渡邉氏。このような姿勢が受賞につながったようです。

担当毎に「現在のCS率」が表示される。

SSPD部による部門横断的なトレーニングと、企業電話応対コンテストへの参加で、今後も各センターのレベルアップが期待できそうです。

お話をお聞きして

明るく広いフロアでは、皆さんが元気に電話応対していたのが印象的でした。新人からベテランまで幅広いスタッフがいて、お互い教え合い、励まし合っている様子が伺えました。

企業理念の浸透度	★★★
組織的対応力	★★★
コンテストへの挑戦度	★★★

経営企画部 広報・CSR課 課長
只友(ただとも) 真理(まり)氏

どんな災害時でもお客様からの電話を受けられるよう、複数のコールセンターが相互にバックアップし合うなどBCP(事業継続計画)にも力を入れています。

医療保険金サービス部 医療保険金第二サービスセンター 所長
河井(かわい) 竜人(たつと)氏

医療保険金第二サービスセンターのメンバーの誰が応対しても、常にお客様にとって心地よい電話応対(サービス)をご提供できるよう、センター全体のレベルアップに努めています。

医療保険金サービス部
医療保険金第二サービスセンター
渡邉(わたなべ) はるな氏

ご家族のご病気でお力落としのお客様がほとんどですので、日ごろからお客様の身になり、いたわりの気持ち、お見舞いの気持ちを大切に電話応対をしています。

傷害・火災保険金サービス部
火災新種保険金サービスセンター
西川(にしかわ) 千陽(ちあき)氏

コンテストでは同じ説明を繰り返してしまうなど、「失敗した」と反省していただけに、受賞を知った時は驚き、喜びもひとしおでした。

企業概要

アメリカンホーム保険会社

日本における代表者:
会　　長　後藤 久雄
社長兼CEO　橋谷 有造
日本における支店:
東京都港区虎ノ門4-3-20
神谷町MTビル
事業内容:損害保険業
日本における従業員数:
1,142名(2012年9月末現在)

●アメリカンホーム保険会社　http://www.americanhome.co.jp/

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/education/pdfindex/cs.html

商品知識もホスピタリティーも高い応対で
お客様に寄り添い、感動の共感を目指す

株式会社ノーリツ

主力商品のガス温水機器。排熱利用で高効率を実現し、ガスの使用量もCO_2の排出も削減する(上)。兵庫県明石市にある「お客さま相談センター」(左)。

ガス・石油温水機器など、「お湯」を軸とした商品を幅広く展開している株式会社ノーリツ。現在は「お湯を超えていくノーリツグループ」として、環境・安全・快適・健康・美容をテーマに、感動を共感できる企業活動を目指しています。それに向け、同社のお客さま相談センターでも、日本電信電話ユーザ協会主催の「電話応対コンクール」などへの参加はもちろんのこと、お客様からの「ありがとう」を集めようと独自の活動を展開し、よりホスピタリティーの高い電話応対へと磨きをかけています。

ノーリツファンの育成やブランドイメージ向上にかかわる電話応対業務

戦後間もない1951年、保温効果の高い画期的な「能率風呂」を世に送り出して大ヒットさせた株式会社ノーリツは、以来、ガス・石油温水機器をはじめとする周辺分野を開拓し、近年は新エネルギー分野にも参入。お湯をキーワードに豊かな暮らしを提案してきました。一昨年の創業60周年には、グループビジョン「新しい幸せを、わかすこと。」を策定し、住生活における感動価値を創造する企業を目指したチャレンジを始めています。

現在、事業領域は給湯機器・温水暖房機器などの「温水空調分野」をはじめ、「新エネルギー分野」「住設システム分野」「厨房分野」と4つに大別されますが、これらの広域にわたる多彩な商品に関する問い合わせに応じているのが「お客さま相談センター」です。同センターの応対件数は年間26万件(2011年実績)。そのうち4割がエンドユーザである一般家庭のお客様、5割強がサブユーザである工事業者様で、それぞれ同センター内の「お客さま相談グループ」「技術相談グループ」が応対しています。

「エンドユーザのお客様は、メーカーをあまり意識せず住まいの付帯設備として当社の商品をご利用されています。入居時に使い方が分からなかったり、経年や冬場の寒波で調子が悪くなったりして、初めてメーカー名を知り、電話をする方がほとんどです。それだけに電話応対は、ノーリツファンの育成やブランドイメージ向上にかかわる重要な業務です」と、お客さま部 お客さま相談センター センター長の大浪善弘氏は話します。

一方、工事業者様からの技術相談では、施工現場からのコールという特性上、何よりも「迅速さ」が要求されるため、専用電話も設置した上で、特に商品知識の高いコミュニケーターを配備し工事業者様の満足を追求しています。

お客さま部 お客さま相談センター センター長

大浪 善弘(おおなみ よしひろ)氏

入電は、お湯を使い始める朝や寒波が襲う冬に多く、工事業者様がお休みの土・日・祝祭日は少ないなど時間・季節・曜日によって違います。閑散期はスキルアップのための研修に力を入れています。

お客さま部 お客さま相談センター
お客さま相談グループ
サブスーパーバイザー

李 順浩(り すのう)氏

幅広い商品の理解に1年かかり、応対品質の細やかなチェックと助言のおかげでステップアップできました。この6年の経験を踏まえ、今、心を込めて後輩の応対品質向上をサポートしています。

お客様の声を企業活動に反映し、顧客満足経営に貢献するセンター

「お客さま相談センター」がフリーダイヤルや録音などのシステムを完備し、お客様の声を聴く拠点として本格化したのは2002年のこと。現在は「CSの受発信基地」を掲げ、コミュニケーターに対して年2回、50項目に及ぶ応対品質のチェックを基に課題抽出・目標設定などを行い、継続的にスキル向上に努めています。モチベーションアップ策についても、年2回、多彩な項目の表彰を実施するとともに、「電話応対コンクール」にも全員で参加。2012年度の兵庫県大会では4名、東京都大会では1名ものコミュニケーターが優良賞を獲得しました。

このように電話応対を重視し、成果を上げてきた同社ですが、更に特筆すべきは、「お客様の声を顧客満足経営につなげていること」です。「現在、当センターに届いたお客様の声は社内イントラネットで全社員に共有しています。また、お客様の声を検討素材にした品質会議なども毎月開催し、商品開発などの企業活動へ着実にフィードバックしています」と大浪氏は胸を張ります。

その成果の一例が、「読みたくなる『取扱説明書』」の開発です。これは、同センターへの問い合わせが多い順に内容を構成し、コミュニケーターが回答するというQ&A方式で編集したもの。お客様の共感度が高く、情報を分かりやすく伝えようとする工夫と熱意が高く評価され、一般財団法人テクニカルコミュニケーター協会主催の「日本マニュアルコンテスト2012」において、「企画賞」と「デザイン奨励賞」を受賞しました。

「お客さま相談センター」に集まったお客様の声をもとに開発された、取扱説明書。

コミュニケーター全員の応対品質のチェック結果は、フロアに一斉に掲示される。

今年度の「電話応対コンクール」兵庫県大会では、李氏(左端)をはじめ4名が優良賞を獲得。

ホスピタリティーアップのための「39」入力とプラスワントーク

お客さま相談グループのサブスーパーバイザーである李順浩氏は、同センターの課題について「商品知識は一定のレベルを確保していますが、応対が一方的な『伝達』ではなく本当の『会話』になるよう、もっとホスピタリティーを高める必要があります」と、今後の注力点を挙げます。

そこで同センターでは「お客様からの『ありがとう』をいっぱい集めるセンター」をスローガンに掲げ、「ありがとう」と言われた時は端末へ「39(サンキュー)」と入力。更に、最後に「他にご不明な点はございませんか?」と声を掛ける“プラスワントーク”をルール化しています。

「お客様に『ありがとう』と言われたのに『39』の入力を忘れたら、『ありがとう』を丁寧に扱っていないということ。また、プラスワントークは一歩踏み込んでお客様に寄り添い、疑問を全て解決することで、本当に気持ち良く会話を終わっていただくための取り組みです。毎月、コミュニケーターへフィードバックを行い、意識の向上と継続を図っています」と、李氏はその狙いについて説明します。

こうして、電話応対のクオリティーをより一層磨く同社。「新しい幸せを、わかすこと。」というグループビジョンを体現すべく、コミュニケーターのホスピタリティーがお客様の心を感動や共感で熱くしていくことが期待されます。

お話をお聞きして

お客様の声から多くの商品が進化し、修理受付部門の365日24時間体制の導入も業界初だったという同社。取材班に対しても入念にまとめた資料を用意し、丁寧に企業説明を行うなど、やり取りをする相手に感動を与える取り組みが全社的に浸透している印象を受けました。

人材育成・スキルアップ施策	★★★
お客様の声を生かす企業経営	★★★
継続的な応対品質の向上	★★★

企業概要

株式会社ノーリツ

代　　表：代表取締役社長 兼 代表執行役員　國井 総一郎
本　　社：兵庫県神戸市中央区江戸町93番(栄光ビル)
創　　業：1951年
事業内容：エネルギーベストミックスと湯まわりを軸としたネットワーク商品・サービス関連事業
従業員数：5,519名(グループ全体)
※2012年3月末現在

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/education/pdfindex/cs.html

●株式会社ノーリツ　http://www.noritz.co.jp/

私の赤っ恥大賞 失敗を仕事に生かす

リレーエッセイ マナー＆電話応対 No.68

講師 伊藤（いとう） 由起枝（ゆきえ）氏

言うべき事を言わずにいたら…

わがままなお客様企業の社長に翻弄されっぱなし

私が講師になって間もない頃の話です。ある企業様から研修のご依頼の電話をいただいた私は、早速打ち合わせのお約束をし、その日時に事務所へ伺いました。ところが、時間になっても担当者である社長がいらっしゃいません。先方のスタッフの方が社長に連絡をしても「待ってもらうように」とのことで、遅れている理由もどのくらいで来るのかも全く分からないまま…。そして、待ち合わせの時間から約1時間たって、ようやく社長はやってきたのです。

その後も何度か打ち合わせをしましたが、遅刻はたびたびする、やりたい内容も二転三転するという社長に翻弄されっぱなしでした。そして、ようやく迎えた研修当日も、社長のわがままは続きます。研修が始まる5分前になって「ほとんどのスタッフが仕事で○○時までに出なければいけないので、時間を1時間短縮してほしい」と言うのです。次回研修はいつで、今日はどこまで進めれば良いかとお聞きしても、「それはまたあとで打ち合わせましょう。とりあえず時間なので始めてください」と言うだけ。スタッフの方の前で社長と言い合いをするわけにもいかず、その日はきりのいい所を私が判断して、研修を終了させました。研修まで数々の打ち合わせをしましたが、全く意味がなかったのです。

その後の打ち合わせでは、「別日程で行う研修の料金は払えない。内容は同じだから前回の見積もりでお願いしたい」と驚愕のひと言。更に、禁止事項としてお願いしていた研修中の録音もしていたことが発覚したのです。あまりの不誠実な対応に、それ以上の研修は中止させていただくことにしました。

コミュニケーションにおいてはどちらか一方が悪いということはない

最初の打ち合わせから大幅な遅刻、そして、その後も前回の打ち合わせ内容は何だったのかと思うような変更要望…。お仕事をいただく立場だからと何も言えませんでしたが、それが社長のわがままをどんどんエスカレートさせてしまったのだと思います。

コミュニケーションにおいて、どちらか一方が悪いということはありません。今回のことでも、私がはっきりと言うべきことを伝えていたらこのような事態にはならなかったはずです。講師になったばかりで、お仕事をいただきたいという思いが強く、何でもお受けしようと考えすぎていたのだと今になれば分かります。

とはいえ、一番の被害者は誰かといえば、結局はスタッフの方です。忙しい中、時間を割いて研修に参加していただきましたが、結局研修は中途半端に終わってしまいました。

この経験を踏まえて、スタッフの方に「受けて良かった!」と思っていただける研修とするためにも、こちら側の意見をはっきりと言う、決めたことは文章に残す、先方にも要望をはっきりと伝えていただくなど、先方の担当者とは対等な立場で打ち合わせをするように心掛けています。

イラストレーター：中村知史

NPO法人日本ケアフィットサービス協会 サービス介助士2級インストラクター
ホスピタリティ キャリア アカデミー代表
公益財団法人日本電信電話ユーザ協会 契約講師（もしもし検定指導者級資格保持者）
伊藤 由起枝氏　活動地域：栃木県、関東近郊

スタッフもお客様も共に笑顔になれる、「ホスピタリティ研修」「ユニバーサルサービス研修」を行っています。

心くばりの話しことば ～アナウンサーのノウハウから～

電話応対は、相手の表情が見えないため、対面での応対よりも、より難しい応対だと言えるでしょう。そこで今回は、用件の前後に添えることで効果を発揮する、“添える言葉”について解説します。

第5回

添える言葉を有効に使おう

添える言葉で重要なのは語る側の“心”

心くばりの言葉には、用件の前に添えて気持ちを和らげておくものと、話の途中や最後に添えて好感を得ることができるものがあります。それらの言葉の多くは、電話応対のマナー言葉として定型化して使われてきました。

しかし、同じ言葉をたびたび使っていると、その言葉は“心”を失います。心くばりの言葉は、本来その人の全人格が語らせるもので、状況に応じて多様で自由であるはずです。その基本として、以下のような添え言葉の定型を、自在に使いこなせるようにすることも必要でしょう。

事前に添えて、気持ちを和らげる言葉

・「突然お電話を差し上げて失礼ですが」
・「お忙しいところを恐れ入ります。今、お話ししてもよろしいでしょうか」
・「このような時間にご自宅にお電話を差し上げて申し訳ございません」
・「夜分に失礼いたします」
・「お気に障りましたらお許しください」
・「大変勝手ではございますが」

これらの添え言葉は、電話の話し始めでよく使われるものです。しかし、良いか悪いかの判断はその電話の長さによります。「2、3分」「5分ほど」など、時間のめどを伝えて都合を聞くことも大事です。

途中または事後に添えて好感を得る言葉

・「電話が長くなって申し訳ございません」
・「お怒りはごもっともですが」
・「つかぬことを伺いますが」
・「私の説明がいたりませんで申し訳ございません」
・「つい早口のご説明になってしまい申し訳ございません」

説明力や知識の不足、話し癖などの欠点は、こちらから素直に詫びることが大事です。

・「お時間をとって恐縮です」
・「お手数お掛けしますが」
・「ご足労をお掛けしますが」
・「お足もとの悪い中をお越しくださって」
・「お忙しい時間をお付き合いくださって」

これらの言葉は、一般的には「クッション言葉」と言われているものです。しかし、心の添え言葉には、単なるクッションではなく、その言葉自身に心を伝える大事な役目があることを忘れてはいけません。

お詫びや依頼など、相手に負担をかける内容を伝える時には、どのような言葉を添えて、どのように言えば、相手を傷つけずに心を和ませることができるのか。それを考えて添える真摯なひと言が、お客様の“心”をつかむ「心の添え言葉」です。

電話応対技能検定 専門委員会委員長
元（財）NHK放送研修センター理事・日本語センター長
岡部（おかべ） 達昭（たつあき）氏

東京都出身、元NHKアナウンサー。（財）NHK放送研修センター理事、日本語センター長を経て、現在は企業、自治体の研修講演などを担当する。「心をつかむコミュニケーション」を基本に、言葉と非言語表現力の研究を行っている。

もしもし検定

チャレンジ! もしもし検定

このコーナーでは、「もしもし検定」の試験で出題された問題の中から、毎回1問ずつ掲載していきます。

問題 思いやりのある電話応対を行うためには、発信者の「思考」や「ニーズ」を捉えるだけでなく、「感性」や「感情」を捉えることが有効です。以下の例において、カウンセリングの考え方として発言者のメッセージの中に含まれた「感情」の表現を次の中から1つ選びなさい。

※2級試験問題より

例）発信者：「カタログの12ページにある花瓶の在庫はありますか?この花瓶、母の好みにぴったりで、見つけた時、嬉しくなっちゃいました。母が還暦を迎えるので、プレゼントしたいのです。」

1．在庫はありますか?　2．嬉しくなっちゃいました。
3．母が還暦を迎える。　4．プレゼントしたい。

正解は22ページをご覧ください。

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/education/pdfindex/manner.html

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/education/pdfindex/skillup.html

解決のヒント

仕事を円滑に進める上で重要なコミュニケーション能力。それゆえに悩む人も多く、また悩み自体も環境によって異なるものです。「解決のヒント」では、電話応対に関するお悩みや日常的なコミュニケーションに関する相談事を、「もしもし検定指導者級資格保持者」の方々からアドバイスしていただきます。

Q. 会話を切り上げられない時、相手の気分を損なわずに電話を切るには？

電話で用件が済んだ後、先方が雑談を始めてしまい、長話をしてしまうことがあるのですが、そんな時、うまく話を切り上げられません。雑談とはいえ、会話の中で仕事に重要な影響のあるネタが出ないとも限らないので、つい、聞き役に徹してしまうことが多くあります。相手の気分を損なわずに、良いタイミングで電話を切るにはどうすればいいでしょうか。（営業事務　担当者）

石坂 綾子氏
株式会社エヌ・ティ・ティ・ソルコ
群馬営業所
チーフインストラクター

官公庁、企業、病院などで接遇や電話応対研修を行っています。

A. 笑顔を感じる柔らかな声で応対を。

親しい方なら、話が途切れたところで「もう少しお聞きしたいのですが、これから外出の予定がありまして…」とやんわり切り出してはいかがでしょうか。お客様や目上の方には、こちらの都合を優先する言葉は使いにくいですね。きりの良いところで「詳しくお聞かせいただきましてありがとうございました」「参考になりました」などの言葉を添えた上で、本題の要点復唱をすると自然にクロージングに進むと思います。テキパキ話すと冷たい印象になりますので、笑顔を感じる柔らかな声で応対するように心掛けましょう。

佐々木 恵美子氏
株式会社NSGコーポレーション
副社長

“思いやりの心”をテーマに、電話応対やCS向上の研修を行っています。

A. 日ごろから、ステキな言葉遣いの引き出し作りを意識して。

爽やかなイメージを残しての電話応対クロージングは、とても大事なことです。「○○様、いつも興味深いお話をありがとうございます。勉強になります。またぜひ、ゆっくりと聞かせていただけますか？」など、相手の気分を損なわないように、上手に話の流れをこちら側に引き戻すようになさってはいかがでしょうか。

また、心地よい言葉の引き出し作りは、日ごろから意識をしていくことが大切です。ステキな言葉遣いは、手帳に書き留めておくなど、身近なところから始めていきましょう。

伊地知 広美氏
キヤノンマーケティングジャパン
株式会社

新入社員教育をはじめとした、CS向上の研修を行っています。

A. クッション言葉を使うなど、思いやりの気持ちを持つことが大事。

相づちを打ちながら聞き役に徹することで先方の興味がある事柄を把握し、ビジネスにつなげる良い機会ととらえてはいかがでしょうか？ 電話応対は、コミュニケーションを深めることができる重要なツールです。日ごろからコミュニケーションを深めて良好な関係を築いておけば、お互いが気持ちよく業務を進めることができるでしょう。

それを踏まえ、時間的制約などで終話の必要がある時は「恐れ入りますが」などのクッション言葉を使ってみてください。自分の都合を優先させずに、思いやりの気持ちを持って応対しましょう。

いかがでしたでしょうか。もしもし検定指導者級資格保持者の方々のヒントを参考に、あなたにとってピッタリの答えを見つけてみてください。

もしもし検定指導者級資格保持者とは

「もしもし検定」とは、公益財団法人日本電信電話ユーザ協会の行う「お客様に喜ばれるビジネス電話応対」の実現と電話応対のエキスパートとして即戦力になり得る社内の指導者の育成を目的とした資格制度です。電話応対に関する高度な知識・技能があり、本検定の実施にあたり指導官や試験官などの役割を担うことのできる「指導者級の資格を有する者」を「もしもし検定指導者級資格保持者」と言います。

詳しくはユーザ協会ホームページより、「もしもし検定」ページをご覧ください。

皆様からのご相談事、お待ちしています

電話応対に関するお悩みや日常的なコミュニケーションに関する相談事など、皆様からの投稿をお待ちしています。

ユーザ協会ホームページ（トップページ）のココをクリック!
※上記バナーのデザインは変更になる場合があります。

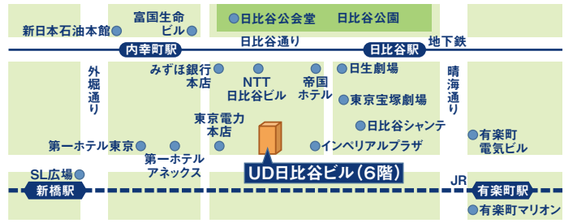
●チャレンジ! もしもし検定の答え：2番　［もしもし検定ホームページには詳しい解説が掲載されています。http://www.jtua.or.jp/education/past.html］

ホームページにも掲載しています。ぜひご覧ください。
http://www.jtua.or.jp/education/pdfindex/kaiketsu.html

1. ユーザ協会の事務所が移転しました

2月4日（月）より、日本電信電話ユーザ協会（旧本部）の事務所が下記住所に移転しました。今後ともいっそうのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

■移転先　〒100-0011
東京都千代田区内幸町1-1-2 UD日比谷ビル6階
TEL 03-3508-2371　FAX 03-3508-2372



2. 「第51回 電話応対コンクール全国大会」「第16回 企業電話応対コンテスト」のDVDを発売開始!

2012年12月に沖縄県宜野湾市で開催された「第51回 電話応対コンクール全国大会」と「第16回 企業電話応対コンテスト」の模様を収録したDVDの発売を開始しました。皆様の電話応対スキルの向上などにぜひお役立てください。

DVD収録内容

第51回 電話応対コンクール全国大会
開会式ダイジェスト映像／優勝・準優勝・優秀賞者の応対模様 など

第16回 企業電話応対コンテスト
「商業・金融」部門、「工業・公益」部門、「サービス」部門、「コールセンター等電話応対専門」部門の各最優秀賞を受賞した企業の応対模様

2012年度 第51回 電話応対コンクール全国大会
第16回 企業電話応対コンテスト

一般価格
5,000円
（消費税・送料込）

ユーザ協会会員価格
3,000円
（消費税・送料込）

■お申込み方法　ユーザ協会ホームページよりお申込みください。
http://www.jtua.or.jp/publishing/index.html

3. 「第52回 電話応対コンクール」の「競技問題」発表について

2013年11月22日（金）に「第52回 電話応対コンクール全国大会」が宮城県仙台市で開催されます。それに先立ち、6月頃より地区大会が全国各地域で行われる予定ですが、4月にはその「競技問題」を発表します。

本誌4月号及びユーザ協会ホームページ（4月上旬頃）に掲載する予定ですので、ぜひご確認ください。

■「第52回 電話応対コンクール」の流れ
4月1日（予定）▶ 競技問題の発表（本誌4月号掲載）
6月～　▶ 地区大会を全国各地域で順次開催予定
11月22日（金）▶「第52回 電話応対コンクール全国大会」開催

4. ユーザ協会ホームページをリニューアル

2013年4月、協会ホームページをリニューアル! 中小企業診断士からの経営指南やICT関連のイベントレポートなど、今まで以上に企業経営・事業運営に役立つICT関連情報や特典案内などを発信してまいります。同時に会員の方向けサイトも開設いたします。ご期待ください。

一般サイト

会員サイト

●今月のニュースに関するお問い合わせ、詳しい情報はこちらから　※その他、本誌に対するご意見・ご要望は下記ホームページまたは「お問い合わせ」までお寄せください。

お問い合わせ　TEL 03-3508-2371　**ユーザ協会ホームページ**　URL http://www.jtua.or.jp/

テレコム・フォーラム　32巻3号（通巻356号）2013年3月号　毎月1回1日発行
発行／㊊公益財団法人日本電信電話ユーザ協会　制作／NTT出版株式会社
〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-1-2 UD日比谷ビル6階 ☎03-3508-2371 FAX 03-3508-2372
○本誌のお申込み及び広告掲載は上記発行所へ。○本誌掲載の記事については必ずしも当協会の意見を代表するものではありません。